

С. 64–82; *Хотинец В. Ю.* Этническая идентичность и толерантность. Екатеринбург, 2002. С. 124; *Вернадский В. И.* Введение в геоигиену. М., 1966; *Ярков А. П., Ереско М. Н., Видт И. Е., Мальчевский А. В.* Конфессии и религиозные объединения в Тюменской области: Справ. / Под ред. А. П. Яркова. Тюмень, 2005. С. 280; *Мустайоки А.* Толерантность в государственной языковой политике и в коммуникации // Культурные практики толерантности в речевой коммуникации. С. 87–108.

¹² См.: Культурные практики толерантности в речевой коммуникации.

Статья поступила в редакцию 05.09.2007 г.

В. И. Сапунов

ИСЛАМСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ КОММУНИКАЦИИ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЯ МЕДИАСЕКТОРА ИСЛАМСКОЙ РЕСПУБЛИКИ ИРАН

Современные медиапроцессы в Азии необходимо рассматривать сквозь призму основных политэкономических и социокультурных факторов мировой медиасферы в начале XXI в.: неравенства в доступе к коммуникационным ресурсам, недостатка демократичности в глобальных медиапотоках, доминирования дискурса неолиберальной глобализации, противоречий технологического прогресса, различия подходов к культуре работы с информацией и этическим стандартам ее распространения. Азиатский континент неоднороден и с трудом поддается обобщениям. В контексте глобальных информационных процессов представляется наиболее актуальным обратить внимание на три фактора развития азиатского медиапространства: исламскую теорию коммуникации, функционирование катарского спутникового канала «Аль-Джазира» и основные черты китайского медиасектора на фоне неолиберальных экономических реформ в КНР.

Пожалуй, важнейшим и наиболее противоречивым фактором развития азиатского медиапространства на рубеже XX–XXI вв. стал ислам, который воспринимается в качестве альтернативной западной модели модернизации. Именно в Азии расположено большинство исламских стран, именно азиатские страны исторически и логически определяют онтологию и философию ислама. Поэтому уместно анализировать исламскую концепцию коммуникации сквозь призму социокультурных и политэкономических процессов на этом континенте.

САПУНОВ Владимир Игоревич — кандидат филологических наук, доцент кафедры телевизионной и радиожурналистики Воронежского государственного университета (E-mail: vsapunov@yahoo.com, root@jour.vsu.ru).

© Сапунов В. И., 2007

Прежде всего необходимо выяснить, что такое и с л а м с к а я к о м м у н и к а ц и я. Как справедливо отмечает исследователь Лондонского столичного университета Г. Хиабани¹, исламскую коммуникацию нельзя увязывать ни с массмедиа, аудиторией которых являются мусульмане (так как мусульмане могут смотреть и Эм-Ти-Ви), ни с массмедиа, владельцами, или инвесторами которых являются мусульмане (так как мусульмане могут иметь капитал, скажем, в агентстве Рейтер). Наиболее точно исламскую коммуникацию можно определить как коммуникационную модель, опирающуюся на онтологию, этику и социокультурные параметры религии ислама. Классической на Западе по праву считается теория исламской коммуникации профессора международных отношений и коммуникации Американского университета (Вашингтон) Х. Маулана, американца иранского происхождения.

В основе концепции коммуникации Маулана — понимание государства не как национального или политического, а как религиозной общности, основанной на страхе Божьем, Коране, Суннах и законах шариата. В этой системе не должно быть разделения на частное и общественное, религию и политику, духовную и светскую власть. Людям не принадлежит суверенитет, он находится в руках Аллаха. Исламская община (умма) отличается от общества в западном понимании тем, что формируется на основе общей веры в единого Бога, в такой общине не имеют значения ни расы, ни национальности, ни этническая принадлежность. Разумеется, ислам с его верой в Аллаха как единственный и последний источник значений и существования входит в конфликт с символами капиталистической модернизации. Как писал Маулана, «модернизация Ближнего Востока, которую предсказывал Даниэль Лернер, обернулась исламской революцией в Иране... Пример Ирана продемонстрировал не только эмпирические доказательства кончины модели модернизации путем индустриализации, но и, что более важно, дал импульс альтернативным стратегиям развития не только в Иране, но и в исламском мире в целом»².

Ключевым концептом Маулана является Таблиг (распространение). Американский исследователь призывает различать Таблиг и западную пропаганду. «Таблиг — это форум, который предоставляется представителям различных рас, языков и исторических моделей для участия в общей культуре»³. Таблиг состоит из четырех принципов: 1) монотеизма; 2) ответственности, управления и действия; 3) исламской общины (уммы); 4) набожности. Очевидно, что сами по себе эти принципы не являются уникальными для ислама, однако разница между исламом и, скажем, иудаизмом или неопротестантизмом (в неопротестантской теологии «смерти Бога» христианство интерпретируется не как учение о Боге, а как моральный ориентир) — в наполнении. Ислам — чувственная религия, в которой есть вера в Воскресение и Судный день. И хотя приоритет духовных ценностей над

материальными характерен и для иудаизма и для неопротестантизма, ценность индивидуальной земной жизни, жизненного успеха, прибыли, понимание благотворительности⁴, толкование свободы воли как «возможности проводить внутри данных общественных отношений собственную волю, даже вопреки сопротивлению» (определение М. Вебера), делают этот приоритет менее акцентированным, чем в исламе. Соответственно ключевой для исламской коммуникации становится концепция новостей как источника знания, морального и этического императива, а не товара. Профессор Университета Западного Иллинойса М. А. Сиддики отмечает, что исламская набожность должна поднимать человека на более высокую ступень самосознания, возвышая его над материальными желаниями. Таква должна также стать фундаментом для освоения новых технологий, методов управления и коммуникации⁵.

Осью исламской морали является Таухид — признание верховенства и суверенитета Аллаха. Концепция Таухид подразумевает единство, солидарность и гармонию между всеми частями вселенной. В связи с этим для исламской массовой коммуникации являются неприемлемыми западные профессионально-этические кодексы, основанные на либеральном принципе индивидуального плюрализма, предусматривающем, что благосостояние общества в целом зависит от благосостояния отдельных индивидов. В отличие от этических концепций западного медиасектора, предусматривающих что концепты новостей, правды, свободы, право на доступ к информации могут меняться в зависимости от конкретных обстоятельств, исламская медиаэтика ставит во главу угла универсализм понятий и подходов. Маулана заявляет, что ответственность журналиста в исламских массмедиа заключается «в разрушении мифов, которые могут обозначать власть, прогресс, развитие, демократию, науку, успех». Социальная ответственность мусульманского журналиста базируется на концепте «разрешения правды и запрещения неправды», что обязывает СМК «готовить индивидов к принятию исламских принципов с последующим их соблюдением»⁶.

Такие принципы западной журналистской этики, как «информация без личных эмоций, личного мнения, личных ценностей и предоставление всем сторонам равных прав», не соответствуют концепции социальной ответственности исламских журналистов, не провозглашающей нейтральности (хотя при этом исламские медиа обязаны не допускать клеветы, распространения слухов, оскорбления по признакам имени или фамилии). Кроме того, исламская коммуникация требует тщательной проверки правдивости источника, честного и контекстуального освещения событий, однако собственного мнения журналисту высказывать не запрещается. М. А. Сиддики указывает на то, что «масс-медиа не имеют права пропагандировать ненависть к другим общинам или высмеивать их, должны быть универсальным источником новостей и информации и служить делу единства и равенства

всего человечества и мусульман в частности. Поэтому СМК в мусульманских странах должны быть свободными от цензуры, ведь суверенитет принадлежит Богу, а не королям или президентам»⁷.

Х. Маулана, как, например, и М. Айсих, подчеркивает, что исламская традиция коммуникации, в отличие от западной, имеет устную природу, которая находит отражение в Коране и Суннах. Маулана считает, что устная традиция отличает мусульманскую общину от западного гражданского общества, формировавшегося на печатных и электрических образах и во многом поэтому впитавшего идеи светского устройства, национального государства и парламентской демократии, отчуждающие человека от трансцендентального⁸. Исламская коммуникация в отличие от централизованной западного образца, базирующегося на технологиях, основана на естественной устной и общинной модели. Исследователь М. С. Ашки называет западную культуру низкоконтекстуальной, а восточную высококонтекстуальной. Высококонтекстуальная культура подразумевает прежде всего иерархию, знание истории рода, сотрудничество, заботу о благополучии общины, патриархальные ценности, невербальную коммуникацию (язык тела). Низкоконтекстуальная культура отличается превалированием индивидуализма, более прямой и многословной коммуникацией.

Он же, отмечая особенную роль диалога и искусства разрешения споров в исламской культуре, фиксирует шесть арабских понятий, характеризующих основные формы исламской коммуникации:

1. *Аль-хевар* — конструктивный или трансформативный диалог, использующийся для получения нового знания.

2. *Аль-тахавур* — дискуссия на определенную тему без значительного эмоционального вовлечения.

3. *Аль-джадал* — спор с использованием подтверждающих аргументов или документов.

4. *Аль-джидал* — эскалация аргументированного спора в бессмысленную полемику, для разрешения которого необходим посредник.

5. *Аль-мира* — спор, перерастающий в ссору.

6. *Шикак* — раздор⁹.

Маулана выделяет формы традиционной исламской коммуникации, сыгравшие значительную роль в исламской революции 1979 г. путем преодоления информационной блокады государственного телевидения Ирана, выражавшего интересы шаха и западных корпораций.

• *Базар*. Традиционный восточный институт часто вынуждал правителей Ирана прислушиваться к голосу народа. Протест против политики властей мог выражаться не только в форме диссидентских разговоров, но и в отказе привозить на продажу продукты, что останавливало или замедляло экономическую жизнь в стране. Именно базар служил главным пунктом протеста против создания табачных концессий в 1892 г. и сыграл значи-

тельную роль в конституционной революции 1905–1911 гг. и национализации нефти в 1950-е гг. Базар также стал каналом-посредником между различными политическими, экономическими, религиозными и социальными организациями и помогал собирать средства для организации протестных действий.

- **Мечети.** При отсутствии свободной прессы, политических партий, профсоюзов и студенческих организаций люди воспринимали мечети не только как религиозный институт, но и как форум свободного обмена идеями, политической и социальной коммуникации в Иране, причем теологические расхождения часто использовались в политической борьбе.

- **Теологические колледжи.** Расположенные в святых городах Кум и Машад, такие колледжи не были подконтрольны государству. Обучение вели сторонники находившегося в ссылке с 1963 г. Хомейни — аятоллы и шиитские преподаватели, которые относительно свободно могли пропагандировать свои взгляды.

- **Миссии (хейят).** Небольшие религиозные собрания, проводившиеся в мечетях или частных домах, посвящались актуальным религиозным, социальным или политическим вопросам и проводились приблизительно раз в неделю или месяц (наиболее часто в период Рамадана). Миссии сопровождалась трапезами, а проповедник служил модератором. Спонсорами выступали зажиточные купцы, а посетителями — в основном студенты, рабочие, владельцы небольших магазинов и мелкие административные чиновники — жители соседних домов или улиц. Миссии насчитывали от 50 до 1 000 человек и формировали социальные и политические связи, которые затем развивались в рамках других каналов коммуникации (на базаре или в мечети).

- **Религиозные лекции или собрания, посвященные праздникам.** Наиболее значимыми были таких и хуссейний, которые проводились в течение Мохарама, священного месяца в память о замученном имаме Хуссейне.

- **«Дорех».** Политические, социальные или спортивные общества, создаваемые средним классом и богатыми гражданами. «Дорех» означали объединения солидарных во взглядах ученых, журналистов, купцов, студентов и др. Часто они превращались в тайные общества, тон в которых задавали будущие лидеры исламской революции¹⁰.

Употребляя понятие *исламская коммуникация*, необходимо понимать, что ислам — это не гомогенная религия, и существуют онтологические (сунниты, шииты, хариджиты; суфии, захириты, муаттилиты), географические (экстремальный вариант Китай — Нигерия) и политические (Иран — Саудовская Аравия) различия в ее толковании. Тем не менее нельзя согласиться с Г. Хиабани, утверждающим, что подобные различия делают термин *исламская коммуникация* ненаучным¹¹. Несмотря на от-

существование общепризнанной догматизации учения и единой богословской школы, единые эссенциальные принципы ислама существуют, и на их основе может быть оправдано выделение не только исламской модели коммуникации, но и исламской модели массовой коммуникации. Эта модель может включать следующие элементы:

1. Приоритет материальных ценностей над духовными.
2. Акцентированная религиозность.
3. Патернализм и уважение к власти.
4. Защита культурных традиций.
5. Интеграция.
6. Консерватизм.
7. Умеренность и осторожность.
8. Диалогичность и социальная ответственность.
9. Публицистичность, отсутствие претензий на нейтральность.
10. Умеренность коммерческой и развлекательной составляющей.
11. Ориентация на национальную продукцию.

Разумеется, серьезным объединяющим фактором для исламских стран является неприятие неолиберальной глобализации и насаждение чуждой культуры и ценностей. Его нельзя рассматривать в отрыве от политэкономических факторов. Например, самые крупные террористические акты последних 10 лет организовывали граждане Саудовской Аравии, Объединенных Арабских Эмиратов, Иордании, Марокко. Ни в одной из этих стран не проходят общенародные справедливые выборы, так как на них неизбежно победят исламские традиционалисты. Правительство ОАЭ не предоставляет гражданства 85 % работающего населения¹². Однако США имеют хорошие отношения с элитами этих стран, защищающими политэкономические и геополитические интересы США. Феодальные режимы Саудовской Аравии и ОАЭ являются одними из крупнейших держателей облигаций Федерального резерва и донорами кланов Бушей и Клинтонов.

Маулана пишет о противостоянии парадигм исламского и информационного общества. С одной стороны, философия и теория информации и коммуникации заменили акцентуированный трансцендентальный дискурс в западной философской мысли, с другой, на практике информационное общество не изменило принципов капиталистической экономики и социальных отношений, которые характеризуют его сущность. Однако политэкономический анализ показывает, что исламская революция, ставшая ответом на насаждение западной культуры и соответствующего стиля жизни, а также на социальное неравенство и бедность в стране с богатейшими запасами природных ресурсов, достаточно скоро столкнулась со структурно-институциональными противоречиями.

Во-первых, режим Хомейни, провозглашая безусловный приоритет духовных ценностей, положительно относился к институту частной собствен-

ности как таковой, заявив, что она является «даром божьим», и призвав уважать «движимое и недвижимое имущество». Институциональные противоречия выразились в принятии трудового и налогового законодательства, что в совокупности с доходами от нефти постепенно привело к появлению «нового среднего класса», который уже не удовлетворялся размерами своего имущества и ограниченными рыночными возможностями. Новая буржуазия саботировала социальные программы и лоббировала иностранные инвестиции в обмен на либерализацию социальных отношений. К 2001 г. доходы 30 % самых богатых составили 83,6 % от общей суммы доходов в стране, а 30 % наиболее бедных — лишь 7,1 %¹³. Этот показатель социального неравенства соответствует показателям западных капиталистических стран.

Логичным развитием обогащения и доминирования новой буржуазии стала политика приватизации и либерализации экономики, осуществлявшаяся под руководством президента Хатами, выражавшего интересы верхних классов. В 2004 г. меджлис запретил создание новых компаний с государственным контрольным пакетом акций и начал законодательный процесс приватизации оставшихся в государственной собственности предприятий. В апреле 2004 г. было принято решение продать до 65 % акций крупнейших иранских банков частному сектору. В том же месяце были внесены поправки в ст. 44 Конституции, ограничивавшей владение телевизионными и радиоканалами, почтовыми и телеграфными предприятиями. Становилось ясно, что идеалы исламской революции находятся в опасности. Однако в 2005 г. президентом Ирана стал М. Ахмадинежад, опиравшийся на интересы бедных слоев населения и поддержанный Советом стражей исламской революции. Новый президент сразу же разрушил равновесие в отношениях с США, которое в течение последних 10 лет создавали либеральные реформаторы в Иране. Возобновление ядерной программы, замороженной Хатами, обострение отношений с США и установление контактов с новыми социалистическими странами Латинской Америки, Китаем и Белоруссией, отказ от дальнейшей либерализации социально-экономических и политических отношений внутри Ирана позволяют говорить о том, что исламская революция получила новый импульс. Но режим Ахмадинежада, сделавший отчаянную попытку ликвидировать троянского коня «гражданского общества» и неолиберализма, теперь сталкивается с угрозой военной агрессии.

Во-вторых, необходимо было сочетать законы шариата с новыми технологиями, и в 1987 г. Хомейни издал фатву, которая разрешала преступать нормы шариата в целях «необходимости системы» (маслаат'е незам). История иранского общества в постреволюционные годы неразрывно связана с развитием коммуникационных технологий. За 1997–2003 гг. количество телефонных линий выросло на 127 %, в сельской местности — на 144 %. Количество мобильных телефонов у населения за это же время возросло со

135 тыс. до 2,3 млн (увеличение в 1 748 %). Количество пользователей Интернета увеличилась за 1996–2002 гг. с 2 тыс. до 1 326 тыс. На телевидении появилась коммерческая реклама. Технологическая модернизация стала одним из символов адаптации норм шариата к современным реалиям, иранское общество, безусловно, абсорбировало один из важнейших принципов информационного общества — многообразие коммуникационных технологий и уменьшение контроля над информационными потоками.

В то же время возросшее социальное неравенство привело к тому, что средняя иранская семья тратит на культурную продукцию лишь 898 риалов (около 10 центов) в день. Средняя цена газет в Иране около 340 риалов, цена спутниковой «тарелки» эквивалентна 150 долл., самого дешевого компьютера — 450 долл. За доступ к Интернету иранцы платят относительно большую сумму, чем американцы и жители ЕС, — 35 долл. в месяц, не считая оплаты телефонных расходов, тогда как средняя зарплата в Иране составляет около 215 и 126 долл. для городских и сельских работников соответственно¹⁴. Противоречия между исламскими ценностями и либерализацией выразились в запрете 100 газет начиная с 2000 г. Думается, развитие медиакоммуникаций в Иране опровергает тезис о принципиальной несовместимости традиционного общества с новейшими коммуникационными технологиями, а неадекватный доступ граждан к СМК подчеркивает ущербность предположений о неизбежной связи развития Интернета, спутниково-кабельной и мобильной связи с капиталистическими отношениями.

Пример Ирана подтверждает актуальность методологии исследования зарубежного медиапространства, состоящей в сочетании политэкономического и социокультурного методов. С одной стороны, очевидно, что события последних 27 лет в этой стране развивались под влиянием прежде всего социокультурного фактора — религии. Тем не менее именно политэкономические факторы стали рычагом механизмов значительных изменений в Иране за последние полтора десятка лет. Несмотря на теократический характер власти, эта страна превратилась в современное капиталистическое государство с классовой структурой, напоминающей страны Западной Европы. Большинство в меджлисе, как и в европейских странах, завоевали представители верхнего и среднего классов, новые иранские буржуа, которые с неизбежностью взяли курс на либеральную, лояльную Западу политику. Это позволяет говорить о том, что хотя некоторые религии, особенно в современных вариантах (протестантизм, иудаизм), очевидно, имеют большую предрасположенность к капиталистическому устройству, капитализм, имманентно решающий внутренние проблемы за счет внешней экспансии, будет стремиться завоевать новые рынки в странах любой религии. А если речь идет об одной из наиболее богатых нефтью стран, то даже жесткий антизападный пафос исламской революции не останавливает наступление неолиберального капитализма.

Таким образом, противоречия постреволюционного развития Исламской Республики Иран показывают, что сама по себе религия без надлежащей структуры социальных отношений и политэкономической стратегии, ограничивающих развитие частного сектора, не может стать противодействием неолиберальному дискурсу. Это, в свою очередь, подчеркивает неэффективность игнорирующего политэкономические факторы редукционизма культурологических подходов в исследованиях макроконтракста медиапроцессов. Культурологические исследования не смогут объяснить и тот факт, что из исламских стран только Турция является крупным торговым партнером Ирана. Кроме того, сущностные противоречия мировых религий, фиксируемые культурократическими и философскими исследованиями (Хантингтон, Льюис, Роулз), заводят потенциал поиска гуманистического преодоления этих противоречий в пространстве капиталистических социальных отношений в тупик. Капитализм в поиске новых ресурсов, сфер сбыта и влияния способен решать культурные противоречия лишь в рамках «войны цивилизаций» и «гуманитарных интервенций».

Не стоит идеализировать исламскую массовую коммуникацию, так как ее принципы могут существенно расходиться с механизмами реализации, как могут значительно разниться сами идеалы ислама и повседневная жизнь исповедующих его людей. Разделение в Коране территории ислама и «дар ал-харб» (территории, на которой должен утвердиться ислам) создает почву для фундаментализма, в том числе в коммуникации. Возьмем, например, принципы ведения диалога Я. Эммика, во многом отражающие абсолютистские тенденции исламской коммуникации. Эммик предлагает начинать теологический разговор с людьми других религий с общих тем: природы, вселенной, общества, с того, как они возникли. Далее диалог должен переходить на логические темы, у людей надо спрашивать, во что они верят и почему. «Вы видите идолов? Как вы можете служить камню? (имеются в виду католические статуи). Почему всемогущий Бог, создавший вселенную, отправил своего сына именно на Землю, и почему ему вообще надо было посылать туда сына, чтобы погасить свой гнев?». В конце концов, предложите собеседнику: «Это аллах, единый Бог, он создал все. Теперь покорись»¹⁵. Такой «диалог» и другие его прозелитические модификации (в том числе усложненные), рассчитанные на недостаточную теологическую подготовленность объекта воздействия, превращают исламскую коммуникацию в манипулятивный механизм.

Хотя исламский фундаментализм не опаснее любого другого религиозного фундаментализма, и у него много общего, скажем, с фундаментализмом иудейским (концепты миссии, неотделимости государства от церкви). Сейчас мусульманский фундаментализм является настолько же ответным феноменом на либеральную глобализацию, насколько иудейский кристаллизовался в виде идей свободы от государств, в которых проживали евреи.

Главное различие между двумя этими видами фундаментализма в том, что исламский вариант остается и ответом на коррумпированность и бездуховную сущность властей исламских стран. В современном Израиле, наоборот, иудейский фундаментализм стал не столько отражением противоречий между политическими и религиозными движениями, сколько попыткой разрешить эти противоречия. Созданное в 1974 г. движение «Гуш Эмуним» имело цель примирить убеждения ортодоксальных религиозных евреев с патриотическими идеями политического сионизма¹⁶.

Уважение к власти в современном исламском мире чаще всего выражается в легитимизации действий правительства. Политика государственного телевидения может быть не просто консервативной, но и репрессивной. Причем это относится не только к откровенно антидемократичным режимам Саудовской Аравии или ОАЭ, но и к более демократичному иранскому обществу. На иранском телевидении до недавнего времени существовала практика публичных раскаяний и отречений. Например, опальный религиозный лидер аятолла Шариатмадари в 1980-е гг. был вынужден выступить с публичным раскаянием, надеясь спасти своего зятя Садуха Котбзадеха, который был одним из сопровождавших аятоллу Хомейни, когда тот возвращался из ссылки, и после победы исламской революции стал руководителем национального телевидения и радио. Выступление Шариатмадари было представлено как раскаяние либерала — участника заговора САВАК (бывшей шахской спецслужбы), близкого к роялистам и Западу. Это не спасло Котбзадеха, который был казнен, самого Шариатмадари впервые в истории Исламской Республики Иран лишили звания аятоллы. Не оспаривая правильности решения иранских властей, надо заметить, что недобровольное «публичное раскаяние» нельзя считать демократической процедурой. И хотя эта практика, скорее всего, останется черной страницей прошлого, современное иранское телевидение сохраняет репрессивные черты, подтверждая, что видение массмедиа как универсального источника информации, который должен быть свободен от регулирования и цензуры, остается идеальной моделью.

¹ См.: *Khiabany G.* Religion and Media in Iran: The Imperative of the Market and the Straightjacket of Islamism // *Communication and Culture*. 2006. Vol. 3 (2). P. 3–21.

² *Mowlana H., Wilson L.* The Passing of Modernity: Communication and Transformation of Society. N. Y., 1990. P. 28.

³ *Mowlana H.* Global Communication in Transition: The End of Diversity. L., 1996. P. 119.

⁴ Талмуд предписывает отдавать 10 % ежегодно в пользу бедных, высшей формой подаяния считается не просто подаяние, но включение его в дело или нахождение для него работы, чтобы ему не надо было обращаться за помощью. Таким же является и идеал протестантской благотворительности: «дай человеку не рыбу, а удочку, чтобы поймать рыбу». В протестантской традиции не просто не принято подавать милостыню нищим, но и наказывать их за лень. В Средние века во многих протестантских странах действовало

жесткое законодательство против бродяг. Обнародование сведений о «цдаке» (благотворительности) является нормой в еврейских общинах, а если благотворительность анонимна, то талмудическая традиция призывает считать ее святой. Акцентировать внимание на добрых делах принято и у протестантов. Сравним с мусульманской очистительной милостыней (аз-закат), добровольной и бескорыстной милостыней в православии, принципом призерения нищих в этих религиях и в католицизме.

⁵ См.: *Siddiqi M. A. Ethics and Responsibility in Journalism: An Islamic Perspective*. Mode of access: http://www.wacc.org.uk/wacc/publications/media_development/archive/1999_1

⁶ *Mowlana H. Communication, Ethics and Islamic Tradition* // Cooper T. *Communication Ethics and Global Change*. N. Y., 1989. P. 147–158.

⁷ *Siddiqi M. A. Ethics and Responsibility in Journalism: An Islamic Perspective*. Mode of access: http://www.wacc.org.uk/wacc/publications/media_development/archive/1999_1

⁸ См.: *Ayish M. Beyond Western-Oriented Communication Theories: A Normative Arab-Islamic Perspective* // *Javnost*. 2003. Nr 10(2). P. 79–92; *Mowlana H. Civil Society, Information Society, and Islamic Society: A Comparative Perspective* // *Information Society: Contemporary Perspective in the Changing World Order* / Ed. by S. Splichal, C. Calabrese, C. Sparks.. West Lafayette, 1994. P. 223.

⁹ См.: *Ashki S. M. Islamic Approaches and Principles of Dialogue*. Mode of access: <http://www.salaminstitute.org/Resources/salampub.htm>

¹⁰ См.: *Mowlana H. Technology versus Tradition: Communication in the Iranian Revolution* // *Journal of Communication*. 1979. Summer. P. 107–112.

¹¹ См.: *Khiabany G. De-Westernizing media theory, or reverse Orientalism: «Islamic Communication» as theorized by Hamid Mowlana* // *Media, Culture and Society*. 2003. Vol. 25. P. 415–422.

¹² См.: *Navarro V. Class Struggle Throughout the World* // *Monthly Review*. 2006. Vol. 58, Nr 4. Sept.

¹³ См.: *Khiabany G. Religion and Media in Iran: The Imperative of the Market and the Straightjacket of Islamism* // *Communication and Culture*. 2006. Vol. 3 (2). P. 16.

¹⁴ См.: Ibidem.

¹⁵ Цит. по: *Ashki S. M. Islamic Approaches and Principles of Dialogue*. Mode of access: <http://www.salaminstitute.org/Resources/salampub.htm>

¹⁶ Имелось в виду, что миссия еврейского народа по спасению себя и всего мира выполнена лишь частично, и необходимо придать этим процессам дополнительный импульс объединением сил с общими целями (см.: *Dorraj M. The Crisis of Modernity and Religious Revivalism: A Comparative Study of Islamic Fundamentalism, Jewish Fundamentalism and Liberation Theology* // *Social Compass*. 1999. Nr 46 (2). P. 225–240; *Sprinzak E. The Emergence of the Israeli Right* // *Comparative politics*. 1989. Nr 29 (2). P. 171–192).

Статья поступила в редакцию 11.04.2007 г.